資料２

大糸線プロモーション事業の取組報告

（令和７年３月５日現在）

2025年3月13日

大糸線利用促進輸送強化期成同盟会

大糸線の利用促進・利便性向上事業の概要

事業の目的	北陸新幹線の敦賀延伸を契機に、大糸線の本格的な利用促進策を沿線関係者が一丸となって実施し、大糸線の利用価値を高め、大糸線のバージョンアップを目指す。

期成同盟会や大糸線活性化協議会の従来の取組に加え、本格的な利用促進・利便性向上事業を展開

事業の展開イメージ

期成同盟会
・大糸線カレンダーの作成
・ＪＲ各社への要望行動
・関係団体との連携　など

大糸線活性化協議会
・温泉施設を巡るスタンプラリー
・サイクルトレイン
・「雪月花」の大糸線乗り入れ
・大糸線を活用したイベント助成　など

大糸線プロモーション事業
（利用促進事業）

- 大糸線特設サイトの開設
- 謎解きラリーイベントの開催
- 旅行商品の造成
- ＪＲ西日本媒体等を活用したプロモーションの実施
- 京阪神・北陸エリアでのＰＲイベント開催
- おトクなきっぷ（デジタルチケット）発売

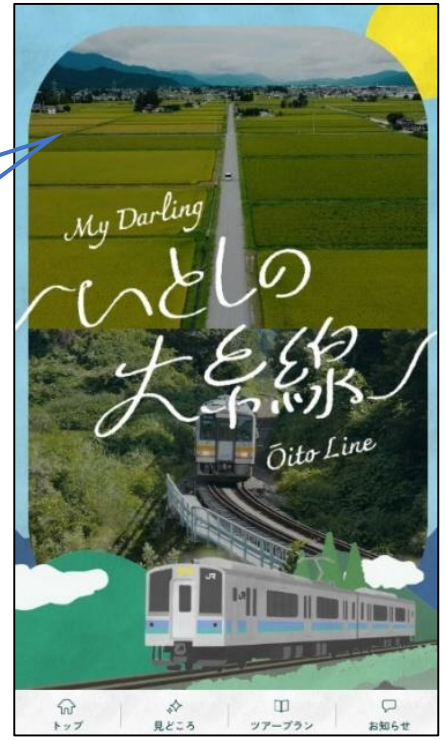
北陸新幹線と大糸線の接続を確保（来訪者の利便性向上）

糸魚川駅に停車する全ての北陸新幹線への接続検討
（利便性向上事業）

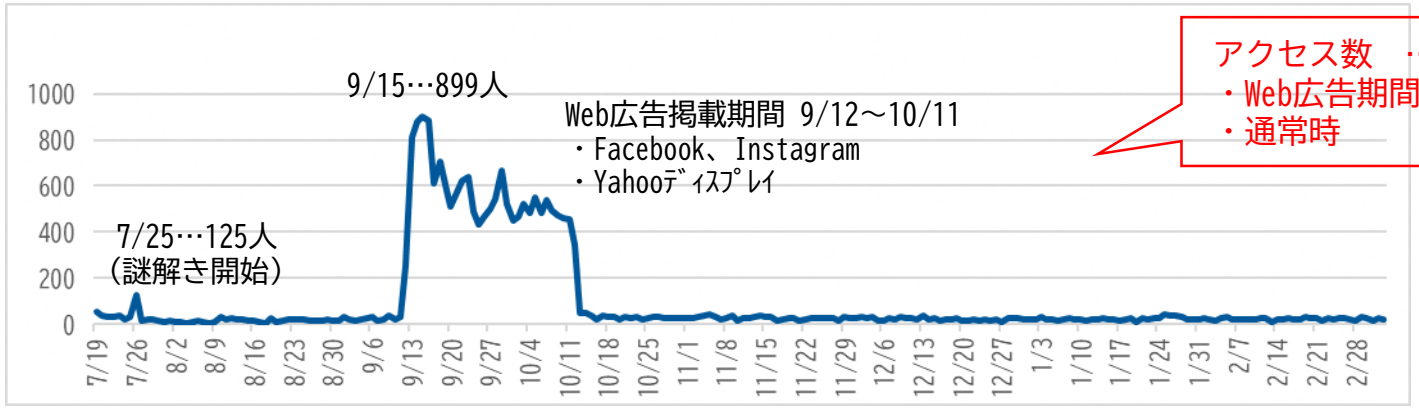
- 臨時バス運行実証、乗降調査

大糸線プロモーション事業の取組状況　①大糸線特設サイトの開設

開 設 日：令和６年７月１９日公開
掲載内容：大糸線・沿線の魅力情報、謎解きイベントの周知・参加誘導、着地型商品の周知・Ｗｅｂ予約



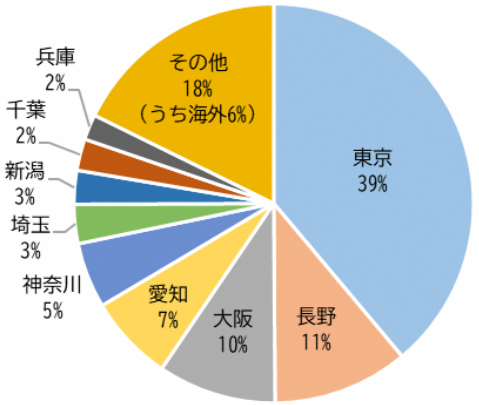
①訪問者数　22,061人



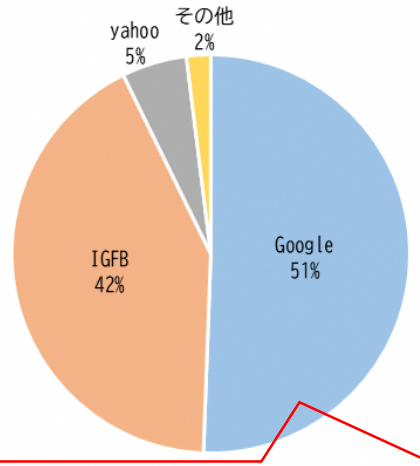
アクセス数　… 平均 96人/日
・Web広告期間 …559人/日
・通常時　　… 24人/日

平均滞在時間から訪問者の満足度は比較的高い

②ユーザー地域



③参照元



Web広告によるSNSからの流入が多い一方、「大糸線」を目的とした自然検索も多い

③平均滞在時間　１分３４秒

④直帰率　４６．７%

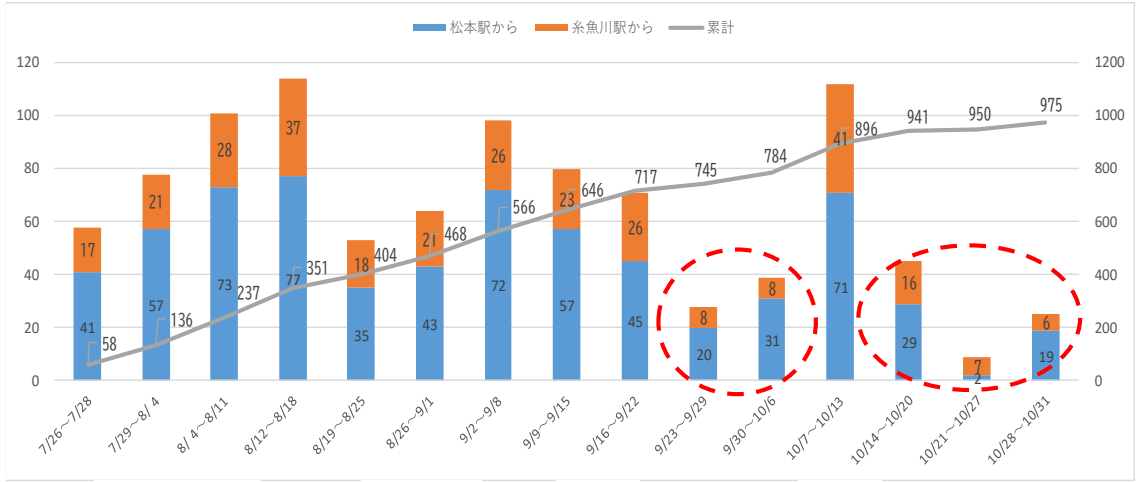
（参考）
- トップページを閲覧し、外部サイトへ移動した場合（直帰）は、滞在時間はカウントされない（同様に最後に閲覧したページもカウントされない）
- 平均滞在時間は、概ね１分３０秒前後が平均値とされている。

課題
- ✓ 大糸線沿線の見どころや観光情報、トピックスの充実
- ✓ 四季の画像や車窓からの景色の充実
- ✓ 日本語サイトのため、外国人観光客を取り込めていない（サイトの多言語化などによるインバウンドへの情報発信）

大糸線プロモーション事業の取組状況　②謎解きイベント

名　称：謎解きイベント「大糸線謎解き　９つの物語」　　実施期間：令和６年７月２６日(金)～令和６年１０月３１日(木)
内　容：大糸線全線を舞台とした謎解きイベント、大糸線に乗る必然性と話題性を発信

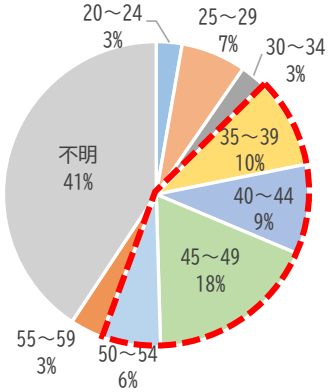
①参加者数　975人（松本駅から672人、糸魚川駅から303人）



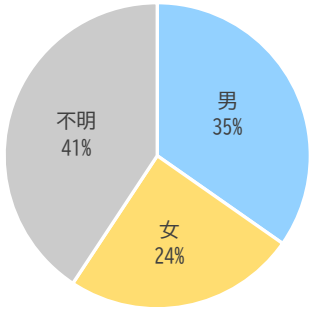
- 大糸線の乗車に直接つながるイベントとして、効果が高い
- 夏休み期間中や３連休の週の利用が多い
- 連休がない週の利用も多い（8/19～9/8）一方、イベントが集中すると思われる９月中旬～１０月上旬、１０月中旬以降の利用は少ない

（参考）糸魚川駅～松本駅間の乗り継ぎ
【糸魚川駅→松本駅】
・乗換１回：２本/日（内１本は特急あずさを利用）
・乗換２回：４本/日（内１本は増便バスを利用）
【松本駅→糸魚川駅】
・乗換１回：４本/日（内２本は特急あずさ・リゾートビューふるさと、内１本は増便バスを利用）
・乗換２回：２本/日（内１本は増便バスを利用）
※SNSで「時刻表を見て参加をやめた」「往復に時間がかかるため参加を躊躇した」との意見あり

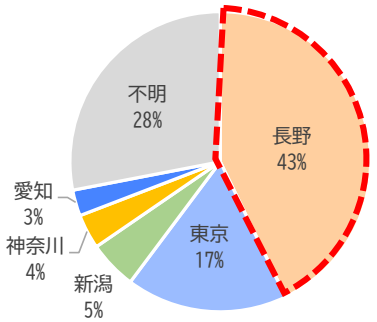
②年齢



③性別



④地域



- 参加者の年齢層は、35歳～54歳の参加が多い（43%）
- 県内からの参加者が多い
- イベント終了後、参加者アンケートを実施（11/12～11/30）

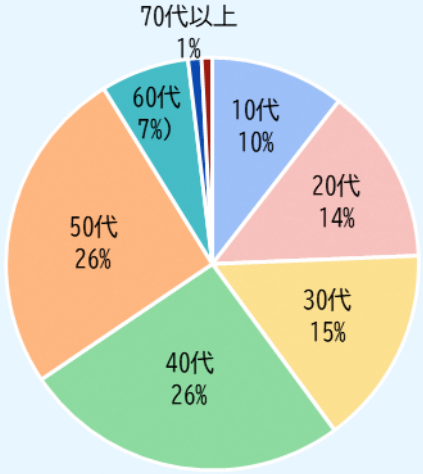
課題
- ✓ 謎解きキット配布数（約4,000人）に比べ、参加者数が少ない
- ✓ 謎解き区間が糸魚川駅～松本駅間のため、円滑に乗り継ぎができるダイヤが限定され、参加を見送った人が一定程度あった（気軽に参加できる設定の考慮）
- ✓ イベント満足度は、とてもおもしろい・おもしろいが81%

（参考）他の謎解きイベントとの比較
・福岡県某観光協会との街歩き謎解きイベント
　実施期間：7/1～12/27　参加者数：402人
・某大手通信事業者との街歩き謎解きイベント
　実施期間：3/15～9/30　参加者数：320人

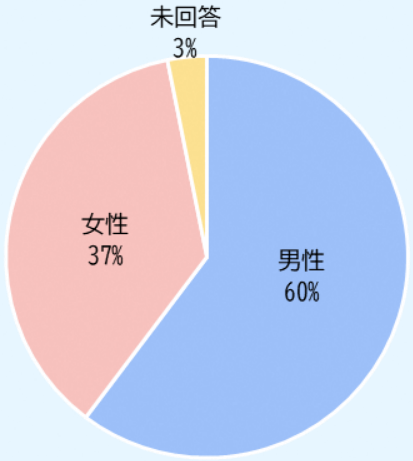
《謎解きイベント参加者アンケート集計》

実施期間：令和６年１１月１２日(火) ～ 令和６年１１月３０日(土)　【ライン配信　２回】
対象者　：謎解きイベント参加者　９７５人
回答者　：　４７６人（回答率　４８.８％ ）　… 回答者のうち、抽選で１０名に「2025大糸線カレンダー」を送付

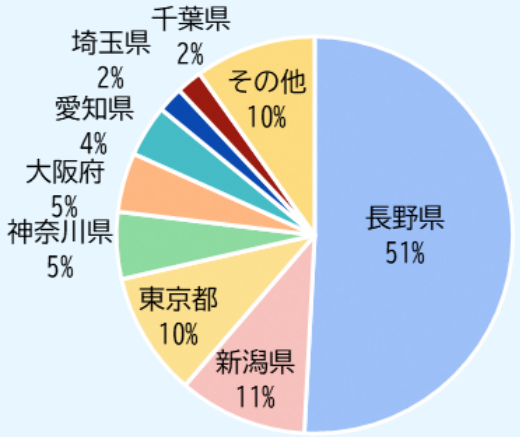
問１　年齢



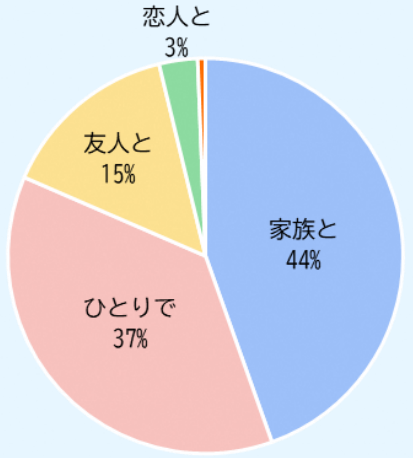
問２　性別



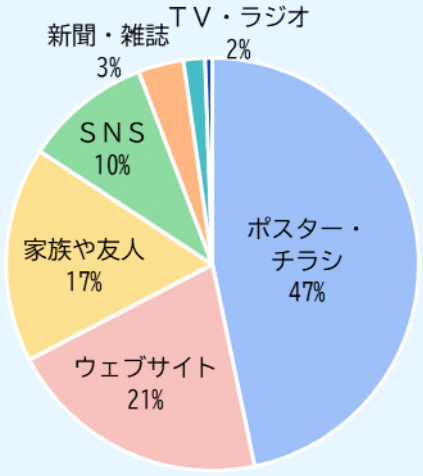
問３　地域



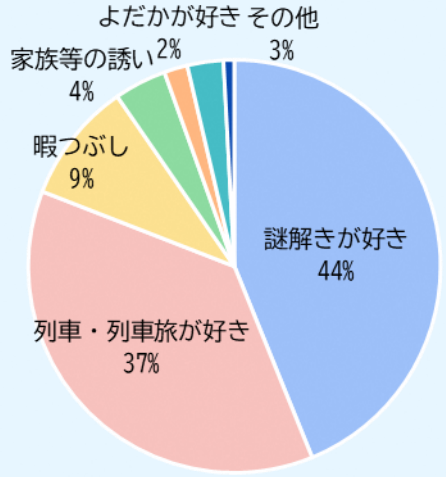
問４　どなたと参加しましたか



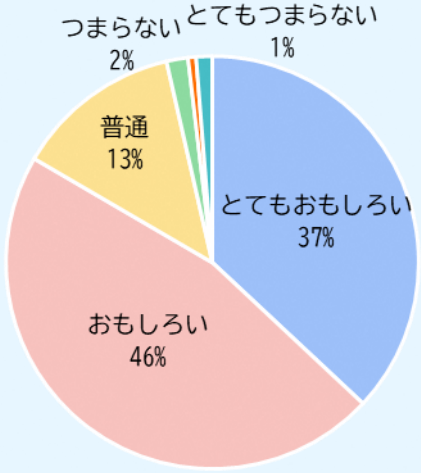
問５　イベントを何で知りましたか



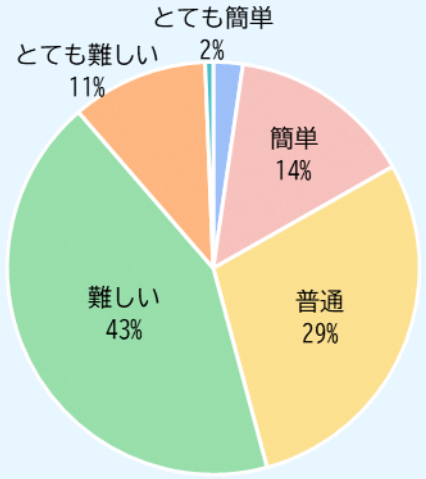
問６　参加理由



問７　満足度

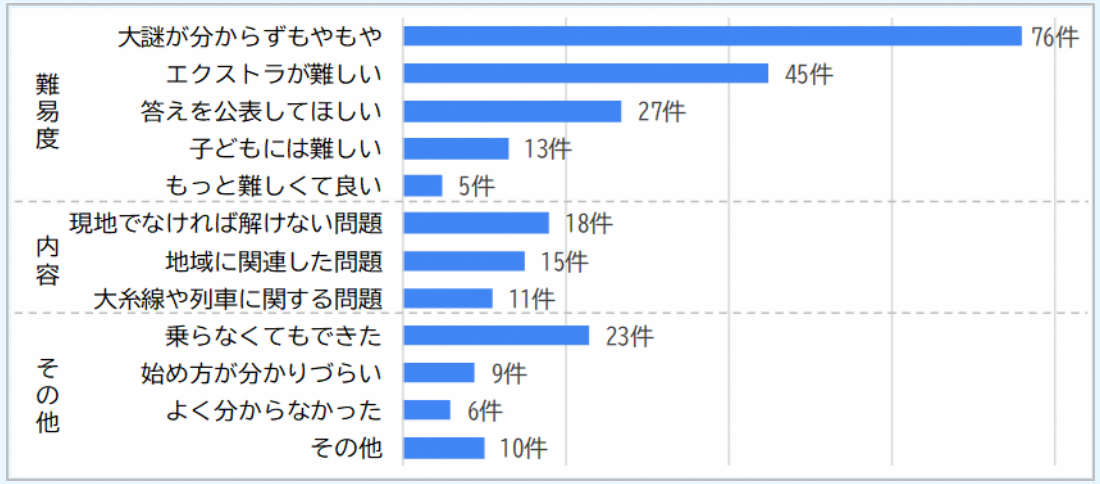


問８　難易度



問９ 改善点・要望・意見等（381件）

◇謎解きに関すること（258件）



・列車に乗って現地へ行かないと分からない謎の方がワクワク感がある
・地元の観光名所や名物にちなんだ謎があってもよい
・大糸線に乗って解く必要性を感じなかった
・本数が少ないとはいえ、もう何か所か立寄る駅があってもよかった

◇謎解きサイト／キットに関すること（20件）

・ラインの不具合等
・文字や画像が一部見ずらい、誤字
・無料なのが取り組みやすかった
・デザインが良い　など

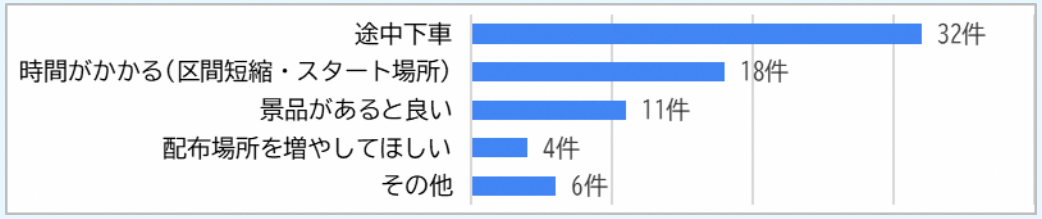
◇路線に関すること（19件）

・本数が少ない／接続が悪い
・増便バスはありがたい

◇その他（31件）

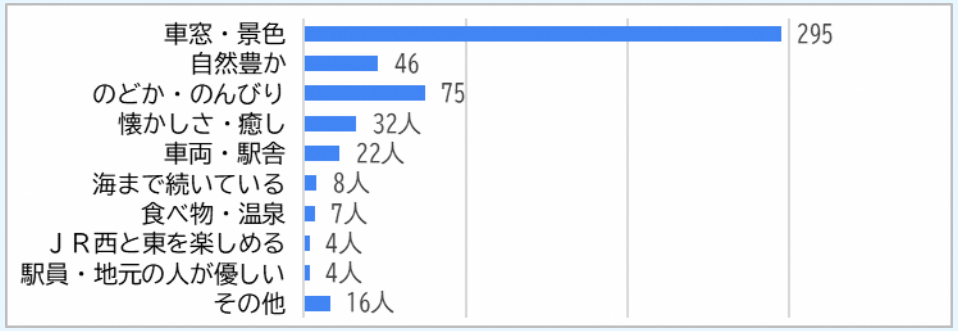
・乗るきっかけになり良かった
・また開催してほしい
・大糸線を残してほしい　など

◇実施方法に関すること（71件）



・大糸線の時間的に仕方がないが、街歩きや地域のお店に寄れる時間もほしい
・せっかく行ったのに時間的に下車する余裕がなかった
・さすがに往復６時間以上は無理があり、途中で断念した
・どこの駅からでも参加できると良い
・達成賞とかあれば、もっとやりがいがでる
・途中で帰れないことに気づき最後まで行かず諦めた。一日で往復できるモデルプランをＨＰや冊子で案内してほしかった

問１０ 大糸線のいいところ（509件）



・田園風景や北アルプス、姫川など全線の景色が次々変わり、そのすべてが絶景
・都会にはないローカル線ののどかさや、車窓から見える大自然が魅力
・車窓から見る姫川沿いと北アルプスは特に素晴らしい
・自然の風景に癒される。川や湖、山を見ていると心が落ち着く
・初めてなのになぜか懐かしい感じ
・特に非電化区間の列車の音と乗り心地
・木造のレトロな駅舎がたくさんある

大糸線プロモーション事業の取組状況　③着地型旅行商品の造成

販売開始：令和６年９月１０日(水)～
企画内容：大糸線沿線の観光資源等を活用した旅行プランの企画・造成
　　大糸線と連携した二次交通の活用（大糸線からスムーズに観光が可能）
　　特設サイトから予約、決済が可能

商　品	安曇野アートラインを巡る旅	北アルプス体感タクシープラン
企　画	南安タクシー(有）南安トラベル	（株）トラベルプラザ
運　行	南安タクシー(有)	アルピコタクシー（株）
コース	○安曇野・大町コース 穂高駅～タクシー（立寄り箇所）～信濃大町駅 ○大町・白馬コース 白馬駅～タクシー（立寄り箇所）～信濃大町駅 立寄り箇所…安曇野アートライン加盟美術館・博物館から選択	○とうちゃくタクシー …南小谷駅～宿泊施設（大町・白馬・小谷）を結ぶ ①塩の道巡りコース、②白馬ジャンプ競技場コース ③青木湖・信濃大町巡りコース ○おかえりタクシー …宿泊施設（大町・白馬）～南小谷駅を結ぶ ①白馬岩岳マウンテンリゾートコース ②栂池マウンテンリゾートコース
料　金	1グループ（1台）35,000円／48,000円（ｼﾞｬﾝﾎﾞﾀｸｼｰ）	一人6,000円～（コース、人数による）

利用実績　なし

- 沿線の観光協会等が企画する旅行商品も特設サイトでＰＲを実施
- 地元の旅行会社等と共同で企画したことで、大糸線の利用促進に向けた商品造成への意欲は高まっている

課題
- ✓ 地方への国内旅行では、自家用車での移動が大半を占めており、大糸線を利用していただく工夫が必要
- ✓ 外国人観光客（インバウンド需要）を含むＰＲの強化

大糸線プロモーション事業の取組状況　④ＰＲ施策

【交通広告】

ＪＲ西・ＪＲ東エリア、えちごトキめき鉄道においてＰＲを実施

- 駅広告
- 車内広告
- デジタルサイネージ
- ＪＲとのタイアップポスター 等

糸魚川駅　デジタルサイネージ

松本駅　大型幕

【メディア広告】

〇Ｗｅｂ/ＳＮＳ広告

・いとしの大糸線 … Facebook、Instagram　9/12～10/12（31日間）
Yahooディスプレイ　ほか

・謎解きイベント … PR TIMESでの情報発信　7/25（プレスリリース配信サービス）
Facebook、Instagram　7/25～10/31（期間中）

〇雑誌広告

・「旅の手帳（交通新聞社）」　10月号掲載（9/10発売）

〇ラジオ

・ＦＭまつもと　生番組告知　8/13「夕暮れ城下町」（2回再放送）